

Designmanagement

Kurzzeichen: BDMM	Workload: 150 h	Studiensemester: 6. Sem.
Credits: 5	Dauer: 1 Semester	Häufigkeit des Angebots: Sommersemester
Selbststudium: 90 h	Anzahl Studierende:	Kontaktzeit: 4 SWS / 60 h
Modulnummer: 7356	Prüfungsnummer: 2630	Anteil Abschlussnote [%]: 2,77
Unterrichtssprache: deutsch	Stand BPO/MPO min.:	27

Lehrveranstaltungen:

Seminaristische Vorlesung: 2 SWS/ 30 h, Übung: 2 SWS/ 30 h

Lernergebnisse/Kompetenzen:

Die Studierenden kennen die Disziplinen des Designmanagements und können diese in mittelständischen Unternehmensstrukturen positionieren. Sie erkennen erfolgreiches Design als kontinuierlichen, interdisziplinären und vielschichtigen Prozess. Die Studierenden verstehen die operativen Werkzeuge und können diese im Designprozessverlauf anwenden. Sie können Designleistungen analysieren, beurteilen und bewerten.

Inhalte:

- Allgemeine Beschreibung, Problematik, Zielsetzungen
- Differenzierung des Fachgebietes in (normatives), strategisches, funktionales, (taktisches), operatives und Designmanagement
- Einbindung des Designmanagements in die mittelständische Unternehmensstruktur, dazu Best-Practise-Beispiele

- Aufgaben im Projekt an Fallbeispielen
- Methoden und Werkzeuge
- Bewertungskriterien für Designleistungen
- Vertragsrecht und Vergütung
- Schutzrechtliche Aspekte

Lehrformen:

Seminaristische Vorlesung mit dem Einsatz von Tafel, Präsentationsfolien und Computer sowie entsprechende Praktika und Ausarbeitung der Studierenden (ergänzender Downloadbereich auf der Homepage des Stiftungslehrstuhls der KÜCHENMEILE A30, „Labor für Designmanagement, insb. in der Küchenmöbelindustrie“ online verfügbar).

Teilnahmevoraussetzungen:

Keine

Prüfungsformen/ErstprüferIn/ZweitprüferIn:

Ausarbeitung mit Kolloquium

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Teilnahme an Praktika sowie erfolgreich bestandene Modulprüfung

Verwendung des Moduls: (in Semester-Nr.)

(6) Bachelor Holztechnik (S)

Stellenwert für die Endnote:

5 / 210: Holztechnik

Modulbeauftragte/r und Hauptamtlich Lehrende:

Prof. Martin Stosch; Herr R. Kalesse

Sonstige Informationen:

Literatur:

- Borja de Mozota, Brigitte: Design management: using design to built brand value and corporate innovation. New York: Alworth Press, 2003.
- Buck, Alex; Vogt, Matthias (Hrsg.): Design-Management: Was Produkte wirklich erfolgreich macht. Frankfurt a. M.: Frankfurter Allgemeine Zeitung, Verl.-Bereich Buch,

1996.

- Busse, Rido: Was kostet Design? – Kostenkalkulation für Designer und ihre Auftraggeber. 2. Aufl. Frankfurt a. M.: Verlag form, 1999.
- Daldrop, Norbert W. (Hrsg.): Kompendium: Corporate Identity und Corporate Design. Ludwigsburg: avedition, 2004.
- Koppelman, Udo: Produktmarketing: Entscheidungsgrundlage für Produktmanager. Berlin; Heidelberg; New York: Springer-Verlag, 2001.
- Maaßen, Wolfgang; May, Margarete; Zentek Sabine: Designers´ Contract. 2., vollst. überarb. u. erw. Aufl. Düsseldorf: Pyramide-Verlag, 2005.
- Schuh, Günther: Produktkomplexität managen: Strategien, Methoden, Tools. 2., überarb. u. erw. Aufl. München; Wien: Carl Hanser Verlag, 2005.
- Schulze, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart. 2., aktualis. Aufl. Frankfurt a. M.; New York: Campus Verlag, 2005.
- VDID Verband Deutscher Industrie Designer; Zollverein School of Management and Design (Hrsg.): Broschüren-Reihe: Produktdesign-Kompetenz für den Mittelstand (Hefte 1 - 4). Essen: o. Jz.
- Wolf, Brigitte: Design-Management in der Industrie. Frankfurt a. M.: Anabas-Verlag, 1993.
- Zentek, Sabine: Designschutz: Fallsammlung zum Schutz kreativer Leistungen. Düsseldorf: Pyramide-Verlag, 2003.

[Weitere aktuelle Literaturangaben und Verweise auf E-Resources erfolgen zu Beginn der Lehrveranstaltung.]